

## Image et inconscient

Pourquoi ne peut-on pas faire confiance à l'image ?

### Mots clefs

Image, visuel, visible, visibilité, invisible, inconscient, imagination, fantasme, publicité, manipulation, propagande

**Introduction** (brève introduction à l'image dans le contexte actuel et ses rapports avec la pratique du design graphique) *CF p.4*

- 1) Image **marchande** (traiter de la façon dont l'économie mercantile s'est appropriée l'image à des fins lucratives, et par quels rouages inconscients)

**a) Associer l'image à un désir** [Serge TISSERON, Sigmund FREUD]

- Désir sexuel
- Désir d'intégrer un groupe
- Pulsion de voir

→ Plus que de pousser à l'acte d'achat, créer une image de marque

**b) Association d'idées**

- Pavlov [Sergueï EISENSTEIN]
- L'influence sociale [Edward BERNAYS]

→ Le rôle de la culture dans la lecture de l'image

- 2) Image **signe** (traiter de l'évolution du statut de l'image en occident et son ancrage dans l'inconscient collectif)

**a) Pouvoir d'évocation de l'image** [Serge TISSERON, Marie-José MONDZAIN, Claudine TIERCELIN, Jean-Paul SARTRE]

- Image  $\propto$  langage
- Image versus réalité

→ Idole (visibilité)  $\neq$  icône (image)

**b) Icones/idoles** [Marie-José MONDZAIN]

- Théâtre antique
- Incarnation chrétienne & incorporation
- Crise des iconoclastes

→ Ouverture sur l'époque contemporaine (iconoclastes Moyen-Orient VS « économie » libérale)

3) **Quelle position** pour le graphiste ? (en vue de ces constats, montrer quelles sont les perspectives pour le designer graphique contemporain)

**a) Manipulation**

- Confiance au système en place [Mercedes ERRA]
- Cynisme vis à vis du rôle joué dans la société [Frédéric BEIGBEDER]

→ Pas de prise de risque

**b) Posture critique** [Grapus, Vincent PERROTET, Pierre BERNARD, Yan VAN TOORN, Formes Vives, etc...]

- Recherche d'une honnêteté
- Une participation au système dénoncé
- Un public déjà averti

→ Utilité réelle ?

**c) Foi dans un graphisme international**

- Recherche d'une neutralité [Helvetica, Max MIEDINGER]
- La nature subjective de toute image [Helvetica is Fascist - Paula SCHER]

→ Relativité de l'image

## Introduction

La pratique de designer graphique s'inscrit, aujourd'hui, dans le souci de se démarquer, de capter le regard noyé dans la masse d'informations visuelles qu'il emmagasine chaque jour. L'image est partout : dans la rue, sur nous, sur les produits que nous achetons, elle nous accompagne jusqu'à chez nous, dans notre vie privée, sur nos multiples écrans. Et ce, délibérément comme malgré nous.

Du latin *imago* « image », lui-même empruntant le radical *im-* à la base du verbe *imitari* « imiter » ; la définition du mot « image » est vaste. Elle peut désigner à la fois « *la copie, la ressemblance, mais aussi le concept, le symbole ; le décalque de la réalité physique ; le prolongement de la perception ; l'idée, l'auxiliaire, et même : l'illusion trompeuse, l'obstacle à la pensée discursive* »<sup>1</sup>. L'exhaustivité des théories portant sur l'image dans les diverses sciences humaines confirme de la richesse du sujet. Malgré la variété et la qualité des travaux menés, cette étude se cantonne seulement à quelques uns de ces domaines qui influencent directement la pensée de l'image dans pratique graphique contemporaine.

En psychanalyse, l'image est inhérente à l'être pensant. De la vie intra-utérine, en passant par le stade miroir : le sujet fait de l'image matérielle un opérateur de séparation mentale. Il apprend à se séparer de ce qu'il voit en même temps qu'il se voit vu par d'autres. Cette étape est déterminante dans la formation de l'individu dans sa relation avec autrui. La psychologie s'est d'ailleurs attachée à étudier ces effets concrets en analysant les comportements humains notamment au travers la relation que nous tissons avec elle en Occident. D'un point de vue anthropologique, cette relation est l'héritage d'une culture de l'image grandement déterminée par l'histoire des religions monothéistes sous l'empire Byzantin d'Orient – notamment lors de la fameuse crise des iconoclastes, crise qui a été le point de départ en philosophie d'un questionnement sur l'image artificielle indissociable des notions de réalité, de visibilité et d'absence. Un propos qui retrouve aujourd'hui d'ailleurs une actualité plus que jamais inquiétante.

Formateur de la fonction individuante de l'être humain et vecteur social ; l'image semble avoir un fort pouvoir au sein de la cité. Les évolutions technologiques ont poussé ses limites de production, de diffusion et de reproductibilité au delà que tout ce que Nicéphore NIEPCE pouvait espérer lors de l'invention du « procédé

héliographique<sup>1</sup> ». Pourtant, en vue de l'impact évident de l'image sur la psyché, ne devrait-elle pas être pensée avant même d'être exposée au plus grand nombre ? Lorsqu'il y a déjà tant à voir, comment doit se placer le « faiseur d'images » ? Que décide-t-il de donner à voir ? Choisit-il de montrer, de révéler l'invisible ? D'engager la discussion ? Ou bien de forcer le regard sans même chercher à obtenir le consentement de celui qui voit ? La pratique dominante du design graphique en France, soit le « *traitement formel des informations et des savoirs* »<sup>2</sup> entretient des rapports très fins avec la publicité qui, elle, « *vise à inciter à la cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) à adopter un comportement souhaité* »<sup>3</sup>. Lorsque les choix des publicitaires prévalent sur la place du libre arbitre pourtant si fortement décriée dans notre pays des droits de l'Homme, n'y a-t-il pas urgence de se questionner ? Le problème que je soulève concerne la dialectique inquiétante entre image et inconscient dans l'usage que l'on en fait dans la pratique du design graphique contemporain. **Pourquoi ne peut-on pas faire confiance à l'image ?**

<sup>1</sup> [Le concept d'image](#), Claudine TIERCELIN, 04 :35 (consulté le 25 novembre 2016)

<sup>2</sup> [Niépce et l'invention de la photographie](#) sur *photo-museum.org* (consulté le 25 novembre 2016)

<sup>3</sup> [DDAAA, colloque sur le design graphique](#), Annick LANTENOIS, p.2 (consulté le 25 novembre 2016)

<sup>4</sup> [Publicité](#), Wikipédia L'encyclopédie Libre (consulté le 25 novembre 2016)

## Page wiki de l'élève

<http://www.tonerkebab.fr/wiki/doku.php/wiki:proto-memoires:flora-wierzbicki:flora-wierzbicki?&#cheminement>

(Si intéressés, pré-plans rapport de stage et fiche de lecture déjà disponibles en PDF)